新时代智能算法推荐环境下编辑职能的转变

摘　要：随着互联网和移动互联网的迅猛发展，无论是信息的传播方式，还是人们获取信息的习惯，都发生了巨大变化，信息传播趋于智能化、个性化发展。近年来，智能算法推荐被广泛应用于新闻资讯、数字阅读、社交媒体、电子商务、视频等多个领域，特别是以今日头条为代表，依托于智能算法推荐技术聚合类信息客户端的兴起，一定程度上实现了信息传播的个性化与智能化，从而，推动了编辑职能的转变。

关键词：智能算法；精准推送；信息传播；编辑创新；大数据；媒体融合

中图分类号：G232　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2019）06-034-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.06.003

文 / 毛文思

近年来，随着以今日头条等为代表聚合类新闻资讯平台的出现，标榜“精准推送”和“个性化服务”的信息产品大行其道，机器算法推荐取代了传统的编辑，为信息传播带来高效便利的同时，也带来了一些负面影响，就此引发了人们对互联网上时代编辑职能的思考。过于依赖机器算法是对是错，技术的更迭升级，真的能够取代人力？编辑的职能真的面临削弱与消解？这一问题值得当下从业者的深思。

1. 智能算法推荐对信息传播的正面影响

技术发展对信息生产与传播带来重要影响，新技术、新媒介改变了人们的信息获取习惯。据统计，截止 2018 年 6 月，我国网民数量已超过 8 亿，手机网民数量也已达到 7.88 亿，其中，手机网络新闻应用的用户规模约达到 6.2 亿，手机已成为人们获取新闻资讯的主要渠道。

移动互联网时代，更加强调信息与个体的相关性，大数据、人工智能技术为信息的个性化推送提供了可能。特别是人工智能技术被视为影响世界、改变人类命运的颠覆性技术，对信息传播领域也带来了深远的影响，重塑了信息传播的流程与方式。其中，作为人工智能的重要领域，智能算法推荐技术已被广泛应用于信息传播领域，基于用户需求的个性化信息推送成为当前数字内容平台的基本功能之一，通过对用户自主定制或对用户浏览、搜索等使用行为的智能化分析，实现信息与服务的个性化提供。

互联网信息平台依托于信息抓取和智能推送技术，基于用户对新闻的浏览、搜索等产品使用行为、习惯及社交关系等数据挖掘、分析，构建用户兴趣模型，通过特定算法计算出用户感兴趣的信息内容。用户在经过一定时间的使用后，产品较为了解了用户获取信息的偏好与习惯，平台对信息进行过滤、审核、个性化分发，从而可实现信息的个性化推送，某种程度上可以帮助用户节约从海量信息中筛选信息的时间成本。

2. 算法推荐对信息传播领域带来的负面影响

算法推荐让信息传递的更加快速与高效，但任何事物都有可能是把“双刃剑”，过于依赖算法推荐对于信息传播同样会带来一定的负面影响。具体而言，主要包括以下几个方面。

2.1 缺乏把关机制，导向问题频出

对于单纯依靠算法的互联网信息传播平台，信息的过滤与分发都依赖于机器完成。因此，在某种程度上，把关人的角色是缺位的，虽然可以通过设置关键词进行机器审核。但事实上，很多时候一些违规内容的发布是可以通过一些手段进行规避并顺利发出的。这就造成一些平台会散播违规信息的现象，意识形态导向上存在严重问题。移动互联网提倡“注意力经济”，各信息平台接近所能吸引用户注意以获取流量。人是感官性动物，很多人就被标题吸引，感官被刺激，于是有意无意间就会浏览到那些低俗的信息内容。一次的点击，就将换来日后数次的所谓“个性化”推送。此外，把关人角色的缺失，信息内容的真实性就无法得到认证，由此让互联网信息平台成为不真实性信息甚至谣言的温床。

2.2 信息内容质量良莠不齐

当前很多互联网信息平台都引入了大量的自媒体，所有信息内容编写、发布都由自媒体自行完成。自媒体的文字功底高低各异，而平台自身缺乏把关机制，造成用户接收到的内容质量良莠不齐，病句、词不达意、错别字等文字上的错漏屡见不鲜，非常影响用户的阅读体验。同时，很多自媒体为了吸引用户注意力，“标题党”的现象时有出现，采用夸张、吸人眼球的标题，而正文内容却与标题无关甚至大相近庭、不知所云。

2.3 重复性、陈旧信息反复推送

依靠机器推荐算法进行信息推送的互联网信息平台，

基于用户对新闻的浏览、搜索等产品使用行为、习惯以及社交关系等进行数据分析，构建用户画像，通过特定算法推算出用户获取信息方面的兴趣点，进而进行信息推送。不可否认，算法推送具有一定的科学依据，然而用户在使用这类信息平台时，时常会发现从前已经看过的大量重复性信息，或者会推送与曾经关注的信息存在部分相关性的其他信息，但却是陈旧的，缺乏时效性的，或者是用户并不需要了解的。这类依靠算法的互联网信息平台，大多都打着“给用户想看的”这一口号，但相信这些重复的、陈旧的信息，往往并不是用户需要的，会造成用户的重复阅读和无用阅读，消耗用户的时间与精力。也就是说，算法推荐时长会出现“失算”的情况。

2.4 造成“信息茧房”

基于算法推荐的信息内容或是基于用户的浏览、搜索等使用产品的个人行为，或是基于用户社交关系，但无论是前者还是后者，事实上都不能反映个人的全部需求，都存在一定的片面性。换言之，在海量信息中，人们的确更加倾向于浏览自己感兴趣的信息内容，但并不意味着人们只需要阅读自己感兴趣的信息。也就是说，兴趣并不能代表全部的需求。单纯的依靠算法推荐的互联网信息平台以所谓的个性化、精准化，会让用户接收信息的范围局限于自己最“有兴趣”的一方天地里。久而久之，用户的视野将变窄，会惯性地认为“我所看到的就是全部世界”，接收的信息领域被自己的兴趣所主导，这就是陷入了所谓的“信息茧房”。

3. 算法推荐环境下编辑职能转变

2017 年，为营造健康向上的舆论环境，相关管理部门加强了对互联网信息内容的监管力度，先后出台了《互联网新闻信息服务管理规定》《互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理办法》等法规制度，并对重点网站进行多次约谈，随后网站对自身平台账户进行了多次清理。这样的清理虽然一定程度上加强了平台的清理，却并不能从源头上杜绝不良信息的生成与传播。人们逐渐意识到，过于依赖算法推荐所带来的弊端。特别是信息时代下，互联网和移动互联网已成为意识形态的主要载体，在价值观传递方面发挥日益重要的作用。因此，互联网信息传播过程中，把关人的角色不能缺失。编辑在传播领域中的价值正在趋于回归，编辑职能在算法推荐的影响下正在发生转变。笔者认为，这种转变更多的是一种强化，是对新时代编辑提出的更高要求。编辑在坚定文化自信方面，仍发挥着至关重要的作用。

3.1 把关职能

传播者因其与生俱来的社会属性与文化属性，受众的价值引导是其应尽的责任与义务。因此，在机器算法大行其道的今天，编辑的把关职能不应被削弱，且应该进一步强化，包括对稿件真实性与准确性、政治方向与舆论导向等方面的把关。特别是在稿件的导向把关方面，应该给予更高度的重视，编辑在传递社会主义核心价值观中需承担起应尽的责任与义务，树立起高度的文化自觉，不断提升自身的思想觉悟与思想认识，确保传播的信息内容在政治导向与价值观导向上不存在偏差。相信现阶段乃至未来相当一段时间内，在稿件意识形态的把关与审核方面，机器审核仍不能取代人工编辑审核。此外，面对海量信息，编辑需要不断提高自身对信息的辨识能力，确保内容的准确性和严谨性。

3.2 筛选与引导职能

编辑的筛选与引导职能与把关职能一脉相承。后者是保证内容在导向等方面不存在偏差与错漏，前者则是需要编辑从海量信息中选择出健康向上、有思想、有深度、有格调、有营养、有价值的内容，引导受众阅读优质的信息内容，并且在弘扬社会主义核心价值观方面发挥积极正向的作用，引导受众建立正确的价值观，树立正确的认知。这就需要编辑不断提升自身的社会责任感，同时不断提升自身的思想觉悟。

3. 3 信息加工职能

信息加工是编辑的重要职能，编辑具备优秀的文字处理及加工能力，能够大大提升稿件的内涵价值。当前，自媒体大行其道，人人皆可成为写作者，信息的生产与传播门槛大大降低，与此同时信息内容的呈现方式日趋多元，因此编辑信息加工的职能有了新的要求。一方面，编辑仍需要对稿件文字进行美化，使之更加通顺、流畅，这是编辑对稿件最基本的加工；另一方面，编辑还需要具备内容整合能力，满足互联网和移动互联网的传播特性，适应不同传播渠道的用户浏览信息内容的习惯，灵活综合运用文字、图片、音视频等元素，丰富内容的呈现。

3.4 策划职能

编辑的策划职能主要体现在两个方面。一方面，编辑将经过把关与筛选的稿件，做进一步的挑选，选出内容上更为优质的稿件，按照内容设立相关专题，引导受众进行重点浏览；另一方面，编辑可以根据当下热门话题、热点领域进行专题的设计，然后再选择相应的稿件，同样起到引导受众浏览的作用。信息时代，是注意力经济，编辑对专题的策划与设计，可以更充分发挥对用户的引导作用。

3.5 应急处理职能

信息时代，信息是海量的，编辑每天面对大量信息内容，特别是新闻资讯平台，编辑对所有内容进行逐字逐句的审阅，是不现实的。所谓百密一疏，纰漏难以避免。这就要求网站编辑承担起应急处理职能，对平台上已经发布却存在问题的内容及时反应、及时处理，特别是对一些真实性有误或者在舆论导向上存在偏差的信息内容，要及时的做出删除处理，避免负面影响进一步扩大。也就是说，编辑不仅要做到发布前的把关，信息发布后，同样要对平台上所发挥的信息内容负责，对受众负责。

（下转第110页）